

Tourismus

Wettbewerbsfähig durch Haltung

Wie Vorarlberger Touristiker ihre Branche evolutionieren.

Von Annemarie Felder



Zur Person

Annemarie Felder ist Koordinatorin des GVA Tourismusnetzwerks von Vorarlberg Tourismus

Wer heute über Wettbewerbsfähigkeit im Tourismus spricht, landet schnell bei Bettenzahlen, Investitionsvolumen oder der nächsten technischen Innovation. Wir sehen über Gästebefragungen, dass die Qualität unserer Infrastrukturen und Freizeitleistungen als vielfältig und qualitativ hochwertig wahrgenommen werden. Es ist klar, dass Tourismus eine gute Infrastruktur braucht. Sie ist Grundlage für einen ansprechenden Tourismus. Vorarlberg tut zusätzlich noch etwas anderes. Hier setzt man auf eine Ressource, die in keiner Buchhaltung aufscheint und doch ökonomisch höchst wirksam ist: Haltung.

Unter dem Titel Gastgeben auf Vorarlberger Art ist in den vergangenen Jahren ein Netzwerk entstanden, das weniger auf Standards vertraut als auf das, was entsteht, wenn Menschen authentisch miteinander arbeiten, voneinander lernen und ihre Betriebe nicht als Marktobjekte, sondern als kulturelle Orte begreifen. Gastgeben auf Vorarlberger Art (GVA) ist kein klassisches Tourismusprogramm. Es ist eine Bewegung – ein Zusammenschluss von Gastgebern, Landwirten, Hoteliers, Wirtsleuten und Touristikern, die alle dieselbe Frage beschäftigt: Wie wollen wir in Zukunft leben, arbeiten und Gäste empfangen? Die Antwort ist vielschichtiger, als man vermuten könnte. Und sie reicht weit über den Tourismus hinaus.

Wirtschaftsfaktor Authentizität

„Die Stube ist unser zentraler Ort der Begegnung“, sagt Evi Haller vom Tempel 74 im Bregenzerwald. Kein Satz über Zimmerkategorien, keine Kennzahl. Sondern ein Hinweis darauf, wie sich im Tourismus ein Paradigmenwechsel vollzieht: Nicht die Fassade entscheidet, sondern die Atmosphäre. Nicht die Inszenierung, sondern die Echtheit. Wolf Lotter nennt das „Energien,

die wir selbst erzeugen“. Ihm zufolge entsteht wirtschaftliche Erneuerung vor allem durch Haltung – aus Menschen, die wissen, warum sie tun, was sie tun. Ein Beispiel? Karl und Agathe Lingenhel verstehen ihren Demeterhof im Bregenzerwald nicht als Produktionsstätte, sondern als lebendiges System: „Wir Menschen können nie gesünder sein als die Pflanzen und Tiere, von denen wir leben.“ Das ist nicht romantisch, sondern radikal realistisch – eine Form von ökonomischer Klarheit, die Ressourcen, Kreisläufe und Menschen zusammendenkt. In einer Branche, die oft um Aufmerksamkeit konkurriert, ist diese Art des Denkens fast subversiv. Und zugleich hochattraktiv.

Lernen durch Begegnung

Das GVA-Netzwerk funktioniert nicht über Schulungen oder Anweisungen, sondern über Besuche. Gastgeber öffnen ihre Türen, zeigen ihre Werkstätten, Küchen, Stuben, Höfe. Nicht perfekt präsentiert, sondern so, wie es ist. Die Teilnehmenden lernen nicht „Best Practices“ im klassischen Sinne, sondern Haltungen: Wie man Entscheidungen trifft. Wie man Räume gestaltet, damit Menschen sich wohlfühlen. Wie man Mitarbeitende führt. Wie man mit Natur, Tieren, Materialien umgeht. Ein Biohotel im Kleinwalsertal zeigt, warum „Es geht ums Glück“ nicht Marketing, sondern Geschäftsgrundlage ist. Ein Wirtshaus in Schruns zeigt, wie ein offenes Haus 365 Tage im Jahr zum Treffpunkt für Einheimische und Gäste wird. Ein Landwirtschaftsbetrieb zeigt, wie Kreislaufwirtschaft ökonomisch tragfähig wird. Das alles ist weniger Belehrung als Resonanz – ein zentrales Motiv in Lotters Denken und im gesamten Netzwerk. Wer teilnimmt, hört nicht nur zu. Man spürt etwas. Man erlebt, wie vielfältig „Gastgeben“ sein kann, wenn es vom eigenen Inneren her gestaltet wird und nicht von Marktlogiken diktiert ist.

Kooperation statt Konkurrenz

Tourismus gilt oft als kompetitiv: Preise, Ratings, Bewertungen. Vorarlberg versucht es anders. Hier lernen selbst Mitbewerber voneinander. Nicht nur, weil es altruistisch wäre, sondern weil es ökonomisch sinnvoll

ist. Qualität entsteht dort, wo ein ganzer Lebensraum gut funktioniert – nicht, wenn sich wenige Leuchttürme gegenseitig ausstechen. Im Netzwerk entstehen Freundschaften, neue Lieferketten, gemeinsame Projekte. Vorarlbergs Tourismusstrategie spricht vom „Lebensraumansatz“. In der Sprache der Ökonomie bedeutet das: Die Wertschöpfungskette beginnt nicht beim Gast, sondern bei der Haltung der Menschen, die diesen Ort möglich machen.

Warum das ökonomisch funktioniert

Der vielleicht spannendste Aspekt an GVA ist: Diese Haltung ist kein Gegensatz zur Wettbewerbsfähigkeit – sie ist ihre neue Grundlage.

- Gäste kommen wegen Atmosphäre, Begegnung, Sinn – nicht wegen Preislisten.
- Mitarbeitende bleiben, weil der Arbeitsplatz ein Ort des Gesehenwerdens ist.
- Wirtschaftlichkeit entsteht, weil Ressourcen wertschätzend behandelt werden.
- Innovation entsteht aus eigenem Antrieb, nicht aus Druck.
- Kooperation wirkt stabilisierend – gerade in Krisenzeiten.

In einer Welt, die immer komplexer wird, ist Haltung kein „Soft Factor“, sondern eine harte Währung, wie Lotter es nennen würde.

Eine stille, aber wirksame Evolution

GVA hat keine große Bühne. Keine Botschaft, die von Plakatwänden schreit. Keine Kampagne, die Aufmerksamkeit einkauft. Das Netzwerk wirkt anders – leise, aber tief. In Begegnungen. In Beziehungen. In Entscheidungen, die aus innerer Überzeugung getroffen werden und dadurch besonders robust sind. Vorarlbergs Touristiker und Touristikerinnen revolutionieren ihre Branche neben Innovationsprojekten auch mit etwas Seltenerem: Sie entwickeln Bewusstsein. Sie leben Authentizität. Sie kooperieren. Sie schaffen Kultur. Und damit zeigen sie, was Wettbewerbsfähigkeit in Zukunft bedeuten wird: Nicht schneller, billiger, lauter – sondern echter. Nicht mehr, sondern stimmiger. Nicht Ego, sondern Einheit. Vielleicht ist das die eigentliche Innovation: Dass man Wirtschaft vom Menschen her denkt – und nicht umgekehrt.



Beispiel Tempel 74 in Mellau: Nicht die Inszenierung, sondern die Echtheit entscheidet.